

Jahresbericht 2024

Inhaltsverzeichnis

03	Organisation
04	Geschäftsberichte 2024
06	Tourist Services und Erlebnisangebote
07	Strategie
08	Sales und Marketing
10	Medien
11	Facts & Figures
12	Statistiken
13	Bericht Finanzen
15	Organe per 31.12.2024

Impressum

Herausgeber:

Chur Tourismus
Poststrasse 43
7000 Chur, Schweiz
+4181 252 18 18
churtourismus.ch

Grafik und Text:

Chur Tourismus

Druck:

CDC Chur AG

Revisionsstelle:

BMU Treuhand AG

Organisation

Verein Chur Tourismus

Chur Tourismus ist die Destinationsmanagementorganisation (DMO) für die Stadt Chur, der Gemeinden Haldenstein und Maladers sowie die Regionale Tourismusorganisation (ReTO) für die Gemeinden Felsberg, Domat/Ems, Tamins, Bonaduz und Rhäzüns. Für die Vermarktung umliegender Gemeinden und Attraktionen bestehen Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden der ReTO, Churwalden sowie Tschierschen-Praden. Die Organisation ist verantwortlich für das touristische Marketing & Sales, die Tourismusentwicklung sowie die Gästeinformation an der Bahnhofstrasse. Chur Tourismus beschäftigte im Jahr 2024 neun Personen mit insgesamt 760 Stellenprozenten sowie 24 freischaffende Stadtführer:innen. Das Gesamtbudget beläuft sich auf gut 1.8 Mio. Franken.

Hauptaufgaben von Chur Tourismus

- Chur Tourismus ist als Dienstleister für unsere Gäste verantwortlich.
- Chur Tourismus übernimmt das touristische Marketing, die Kommunikation sowie den Sales und Vertrieb für Chur und die Umgebung und macht dadurch Lust auf einen Besuch in der ältesten Stadt der Schweiz.
- Chur Tourismus inspiriert und berät Kundinnen und Kunden aus nah und fern und ist Vorverkaufspartner für die unterschiedlichsten Events an der modernen Tourist Info an der Bahnhofstrasse 32.
- Chur Tourismus initialisiert und entwickelt touristische Erlebnisse und Angebote in Zusammenarbeit mit den Leistungsträger:innen auf dem Platz Chur.
- Chur Tourismus fördert das Tourismusbewusstsein in Chur und übernimmt die touristische Interessensvertretung gegenüber der Politik und Verwaltung.
- Chur Tourismus übernimmt die Funktion als branchenübergreifender Impulsgeber, vernetzt sich in den einzelnen Verbänden und stärkt so das Tourismusbewusstsein bei den Leistungsträger:innen.
- Chur Tourismus schafft einen 360° Tourismus, welcher zusätzlich zu den Gästen auch die lokale Bevölkerung sowie die Leistungsträger:innen in den Tourismus involvieren.
- Chur Tourismus fördert das «Erlebnis Chur» und ist Markenbotschafter der Marke graubünden.

Mitglieder

Chur Tourismus lebt als Verein von seinen Mitgliedern und Leistungsträger:innen. Gemeinsam setzen wir uns für unsere charmante Stadt und die Region ein und schaffen spannende Angebote. Zu unseren rund 362 Mitgliedern gehört ein breiter Mix von Betrieben aus Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, Gewerbe und Dienstleistung. Ein partnerschaftliches Verhältnis zu

unseren Mitgliedern ist uns wichtig. Wir fördern den Austausch mit spannenden Mitgliedern und kommunizieren regelmässig über unseren Partner-Newsletter. Unsere Mitglieder profitieren zudem von unseren vielfältigen Werbemöglichkeiten.

Partnerschaften von Chur Tourismus

Nationale Partnerschaften

Schweiz Tourismus, Schweizer Tourismus-Verband, Verein Grand Train Tour of Switzerland, SBB, Schweizerische Südostbahn AG, Projektgruppe RheinWelten

Kantonale / regionale Partnerschaften

Graubünden Ferien, Rhätische Bahn AG, Postauto AG, Lenzerheide Marketing & Support AG, Arosa Tourismus, Flims/Laax/Falera Management, Surselva Tourismus, Heidiland Tourismus, Viamala Tourismus, Ruinaulta, Gemeinde Churwalden, Gemeinde Tschierschen-Praden, ReTO-Gemeinden Felsberg, Domat/Ems, Tamins, Bonaduz, Rhäzüns, IG Brambrüesch, Bike Kingdom, So-media, Projektgruppen wie Dreibündenstein, Via Sett, Golf, Alpine Circle, Design am Rhein und graubünden Bike 23-26.

Lokale

Stadt Chur, Bus und Service AG, Sport- und Eventanlagen Chur, Bergbahnen Chur-Dreibündenstein AG, Stadthalle Chur AG, HotellerieSuisse Chur und Umgebung, Gastro Chur, IG Handel, Marke Altstadt Chur, Gewerbeverein Chur, Kammerphilharmonie, Theater Chur, Museen, EHC Chur, Enuit GmbH, Fachhochschule Graubünden und lokale Veranstalter:innen

Websites

Chur Tourismus betreut und pflegt folgende Websites: churtourismus.ch | stadtfuehrungen.ch | meetinchur.ch | churer-advent.ch | shopping-chur.ch | tschiertschen.ch (Teilbetreuung)

Geschäftsberichte 2024

Bericht der Präsidentin

Liebe Mitglieder,
Partner:innen und Freunde von Chur Tourismus

Das Jahr 2024 war für uns ein Jahr der Veränderung, aber vor allem ein Jahr des Zusammenhalts und der gemeinsamen Erfolge. Mit grosser Freude präsentiere ich Ihnen unseren Jahresbericht, der die wichtigsten Entwicklungen und Errungenschaften von Chur Tourismus in den vergangenen Monaten widerspiegelt.

Ein starkes Team und eine erfolgreiche Neuausrichtung

Mit Fabian Maasch konnten wir eine engagierte und tourismusaffine Geschäftsleitung gewinnen. Durch seine vorherige Tätigkeit im Team war er bereits bestens mit Chur Tourismus vertraut und konnte die Leitung im Frühsommer nahtlos übernehmen. Innerhalb kürzester Zeit wurden unter seiner Führung mit dem gesamten Team innovative Projekte erfolgreich umgesetzt.

Unser Vorstand hat eine wertvolle Arbeit geleistet, indem er die strategische Neuausrichtung weiter vorangetrieben und aktiv unterstützt hat. In intensiven und konstruktiven Sitzungen wurden neue Ideen diskutiert und richtungsweisende Entscheidungen getroffen, die Chur Tourismus nachhaltig zukunftsorientiert aufstellen.

Die reibungslose Übergabe der operativen Aufgaben an die neue Geschäftsleitung war dabei ein wesentlicher Schwerpunkt. Dank der engen Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Geschäftsleitung konnte dieser Wechsel erfolgreich gestaltet und ein nahtloser Übergang sichergestellt werden.

Gemeinsam für eine lebendige Tourismusstadt

Ein besonderer Meilenstein war die Stärkung unseres Teams. Mit frischem Wind und kreativen Ideen haben unsere Mitarbeitenden aktiv die Zukunft von Chur Tourismus mitgestaltet. Gemeinsam mit unseren Stadtführerinnen und Stadtführern konnten wir inspirierende Treffen veranstalten und unsere touristischen Angebote weiterentwickeln. Neue Konzepte fanden grossen Anklang und bereichern unser Portfolio.

Die Eröffnung der neuen Tourist Info an der Bahnhofstrasse erwies sich als voller Erfolg. Der hohe Besucherandrang zeigt, dass der Standort ideal gewählt wurde und sowohl Tourist:innen als auch Einheimische unser Informationszentrum gerne frequentieren. Neben unserer fachlichen Arbeit haben wir den Teamgeist gestärkt. Gemeinsame Veranstaltungen und unser

traditionelles Weihnachtsessen haben dazu beigetragen, dass wir nicht nur als Kolleginnen und Kollegen, sondern auch als Freunde zusammengewachsen sind.

Wertschätzung und Dankbarkeit

Ein besonderes Highlight war die Verleihung des Wertschöpferpreises 2024 an das Churer Fest. Die Freude in den Augen der anwesenden OK-Mitglieder bei der Preisverleihung war ein bewegender Moment, der uns noch lange in Erinnerung bleiben wird. Gleichzeitig hatten wir die Ehre, unseren Stadtpräsidenten Urs Marti zu verabschieden. Mit grosser Dankbarkeit blickten wir auf sein langjähriges Engagement für Chur Tourismus und die Stadt zurück. Sein Einsatz hat wesentlich dazu beigetragen, Chur als attraktive Tourismusdestination weiterzuentwickeln.

Ein erfolgreiches Jahr mit positiver Zukunftsperspektive

Wir blicken voller Stolz auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Die Motivation und Leidenschaft unseres Teams, die wertvolle Unterstützung unserer Partner:innen und die positive Resonanz der Gäste bestärken uns darin, unseren Weg mit voller Energie weiterzugehen.

Mein herzlicher Dank gilt meiner Vorstandskollegin und meinen Vorstandskollegen, dem gesamten Team und unseren engagierten Stadtführerinnen und Stadtführern für ihren aussergewöhnlichen Einsatz. Ein besonderer Dank geht an unsere Mitglieder, Partner:innen und Leistungsträger:innen, die uns im Jahr 2024 tatkräftig unterstützt haben.

Ebenfalls danke ich der Stadt Chur, insbesondere unserer Stadtregierung und Stadtschreiber Marco Michel, für ihre kontinuierliche Unterstützung und das entgegengebrachte Vertrauen.

Ein grosser Dank gilt auch den Gemeinden der regionalen Tourismusorganisationen für die wertschätzende Zusammenarbeit.

Mit Vorfreude und Optimismus blicken wir in die Zukunft und freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen Chur als lebendige und attraktive Tourismusdestination weiter voranzubringen.

Mit herzlichen Grüssen,

Sandra Adank
Präsidentin Chur Tourismus

Bericht des Geschäftsleiters

Das Jahr 2024 war für Chur Tourismus ein Jahr voller Dynamik, Herausforderungen und Erfolge. Als ich im Frühsommer 2024 die Möglichkeit hatte, das Amt als Geschäftsleiter von Chur Tourismus anzutreten, musste ich mich erst wirklich kneifen – besteht die Chance wirklich oder träume ich vielleicht? Ja, die Chance bestand wirklich! Nach einigen Gedanken stand der Entschluss schnell fest, die Chance anzunehmen und so meiner Herzensstadt etwas zurückzugeben. Die erste Zeit war überwältigend von Rückmeldungen, gleichzeitig auch intensiv mit der Zusammenstellung des Teams, vertiefte Vernetzung in Chur und der operativen Umsetzung der neuen Vorwärtsstrategie.



Eine klare Vision für Chur

«Chur überrascht und begeistert – als Freizeit-, Business- und Reisedestination», so lautet unsere starke touristische Vision für Chur. Die Strategie wurde mit einer Mission, den Zielen und der Positionierung vom Vorstand klar ausgearbeitet. Es gilt den eingeschlagenen Weg nun konsequent weiterzuverfolgen, damit wir als Chur Tourismus unseren Beitrag zu einer Belebung der Stadt beitragen. Ganz nach dem Motto «unvergesslich charmant» treiben wir so die touristische Entwicklung in der Stadt Chur voran.

Kooperationen als Schlüssel zum Erfolg

Zusammenarbeiten mit regionalen und nationalen Partnern sind ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg. So sind beispielsweise Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien auf den Märkten aktiv unterwegs – Kooperationen helfen, um an die gewünschte Zielgruppe in den jeweiligen Märkten zu gelangen. Kooperationen in Themen wie RheinWelten oder Design am Rhein ermöglichen uns einerseits ein neues Produkt und bieten andererseits eine grosse Reichweite. Ich werde dabei oft gefragt, warum wir in diese Töpfe einzahlen? Die Power von mehreren Destinationen hilft uns, einen grösseren Markt und somit auch eine breite Zielgruppe zu erreichen und gleichzeitig Ressourcen zu schonen.

Wir von Chur Tourismus sind der verlässliche Partner für sie, liebe Leistungsträger:innen. Durch unterschiedliche Kooperationen und Marketingmassnahmen bringen wir den Gast auf unsere Webseite, wo er sich von Chur inspirieren lässt. Gleichzeitig bieten wir Ihnen auch moderne und zielgerichtete Kommunikationskanäle um ihre Produkte an Gäste aus nah und fern zu bringen. Eine Mitgliedschaft und Kooperation lohnen sich somit doppelt.

Vielen Dank!

Von Herzen danke ich meinem Vorstand, Team im Backoffice, Tourist Info und den Stadtführer:innen; was ihr jeden Tag zum Wohl von Chur und unseren Gästen leistet, würdigt einer grossen Wertschätzung.

Ich danke Ihnen allen für das entgegengebrachte Vertrauen in meine Person. Ein spezieller Dank geht dabei an die Stadt Chur, die Gemeinden der regionalen Tourismusorganisationen, Tschertschen-Praden und Churwalden, Graubünden Ferien sowie unseren Mitgliedern, Partner:innen und Leistungsträger:innen.

Der Tourismus in Chur darf positiv in die Zukunft blicken. Gleichwohl bedingt es mit dem gleichen Elan und Optimismus die zukünftigen Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Ich freue mich auf weitere Gespräche, Ideen und Initiativen zum Wohle der ältesten Stadt der Schweiz.

Beste Grüsse

Fabian Maasch
Geschäftsleiter

Tourist Services und Erlebnisangebote

Tourist Info

Die ästhetische Tourist Info an der belebten Bahnhofstrasse ist sowohl von innen als auch von aussen ein Blickfang. Aussen zieht der bewegte Screen Aufmerksamkeit auf sich, während das Schaufenster flexibel nach Werbewünschen gestaltet werden kann. Innen sorgen Holz, ein digitaler Screen und eine moderne Prospektauslage für ein ruhiges und zeitgemässes Ambiente.

Im Jahr 2024 durften wir 17'059 Gäste in der Tourist Info begrüßen, mit den Spitzenmonaten Juni bis August und durchschnittlich 2'000 Besucher:innen pro Monat. Die häufigsten Anfragen betreffen die Altstadt und ihre Sehenswürdigkeiten, gefolgt von kulturellen Themen wie Museen, Theater und Führungen. An dritter Stelle stehen Fragen zu den Angeboten von Chur und Chur Tourismus.

Im Brambus Center auf Brambrüesch betreut das Team der Interessensgemeinschaft Brambrüesch (IGB) rund um Martina Domenig die Gäste im Sommer wie im Winter erfolgreich bei allen Fragen rund um den Churer Hausberg.

Bahnen in der Altstadt sorgen für Spass und spannende Herausforderungen – perfekt für alle, die Chur spielerisch entdecken möchten.

Gästekarte

Die Gästekarte wurde nach einer dreijährigen Pilotphase per 1. Januar 2024 definitiv eingeführt. Gäste erhalten die Karte ab der ersten Übernachtung in einem teilnehmenden Beherbergungsbetrieb und profitieren von kostenlosen sowie vergünstigten Angeboten. 2024 sind sechs neue Leistungen hinzugekommen, womit das Angebot insgesamt 21 Leistungen umfasst.

Im Jahr 2024 wurde die Gästekarte insgesamt 10'413 mal genutzt, um eine Attraktion zu besuchen. Zu den beliebtesten Angeboten zählen die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein AG, das Kunst- und Rätische Museum sowie die Sportanlagen mit dem Hallen- und Freibad Obere Au. Die Besuchenden bewerten die Gästekarte positiv. In der Umfrage aus 2024 gaben 90 % der Gäste an, mit dem Angebot zufrieden zu sein. Die positiven Rückmeldungen bestätigen den Nutzen der Gästekarte, den Beitrag zur Gästezufriedenheit und zur Attraktivität von Chur als Feriendestination.



© Sarah Schott

Stadtführungen

Ein spannendes und abwechslungsreiches Jahr mit 1'238 Führungen liegt hinter uns. Wir danken allen Gästen für die Buchungen und unserem Stadtführungsteam für den wertvollen Einsatz.

2024 fanden rund 80% der Führungen in Deutsch, etwa 9% in Französisch, 7% in Englisch, 2% in Italienisch und einzelne in Spanisch, Rätoromanisch und Niederländisch statt.

Highlights waren die neu lancierten Führungen zu den Themen HR Giger, Bürgergemeinde Chur und Street Art Chur.

Bei den Bundstag Festivitäten im September durften wir uns über das grosse Interesse an den Spezialkurzfürührungen rund um die 500 Jahre Freistaat Drei Bünde freuen. Unsere Stadtführer:innen waren während dem ganzen Anlass mit vielen interessierten Gästen unterwegs.

Im Herbst fand die Rekrutierung von neuen Chur Tourismus Stadtführer:innen statt. 8 Personen starten im Februar 2025 mit der Ausbildung. Der Abschluss ist Mitte Mai 2025 vorgesehen. Wir wünschen den Teilnehmenden viel Erfolg und Freude an dem grossen Wissensschatz, den wir ihnen rund um die Stadt Chur vermitteln.

Urban Golf

Im Jahr 2024 verzeichneten wir 385 Buchungen mit insgesamt 3'365 Gästen die Urban Golf in Chur gespielt haben. Besonders beliebt war das Angebot bei Schulklassen, Freundesgruppen und Teamanlässen. Urban Golf kann zudem als Gruppenangebot mit einem Menü gebucht werden, was mit 10 Buchungen ebenfalls auf grosses Interesse stiess. Die abwechslungsreichen

Strategie

Die strategische Ausrichtung von Chur Tourismus richtet sich konsequent auf den Freizeittourismus aus und die Marketingmassnahmen zahlen auf die definierten Reisesströme ein. Mit der erarbeiteten Strategie fördern wir den Tourismus in Chur und leisten so einen wichtigen Beitrag zur Belebung der Stadt.

Vision

Chur überrascht und begeistert – als Freizeit-, Business- und Reisedestination.

Ganz konkret überraschen und begeistern wir:

- als charmante Boutique City mit der ältesten Altstadt der Schweiz und deren beeindruckenden Baukultur
- als der perfekte Ausgangspunkt zum UNESCO-Weltkultur Bahnerlebnis
- als Business-Destination
- mit Top-Events
- durch ein kompaktes, qualitativ hochstehendes Kunst- und Kulturangebot
- durch eine Bergbahn, die mitten aus der Stadt zu neuen Fernsichten führt
- als vielfältige Bike Destination
- die Besucher:innen der umliegenden Destinationen auf ihrem Must-See-Tagesausflug

Mission

- Wir richten die Positionierung und die Marketingaktivitäten konsequent auf den Freizeittourismus aus.
- Unsere Bildsprache ist eigenständig, unser Storytelling originell und unsere Werbebotschaften sind mutig.
- Wir promoten Chur konsequent und repetitiv als der perfekte Ausgangsort zum Bahnerlebnis Graubünden. Dazu gehen wir in die Märkte und kooperieren eng mit der Rhätischen Bahn.
- Wir lösen Tagesreisen aus den umliegenden Feriendestinationen aus. Dazu kooperieren wir mit den lokalen Tourismusorganisationen und Ortsmedien.
- Wir entwickeln ein Kunst- und Kulturmarketing, das auf die überraschenden Angebotsaspekte ausgerichtet ist.
- Gemeinsam mit Partner:innen kommunizieren wir die Bike Destination.
- Wir schaffen Städteerlebnisse, die begeistern, arbeiten eng mit der Stadt zusammen und bringen touristische Anliegen in die Stadtentwicklung ein.

Unsere strategischen Geschäftsfelder



Bahnreisen

Gruppen und Individualreisende, die Chur vor oder nach der Reise mit dem Bernina Express (BEX), dem Glacier Express (GEX), der Arosa Bahn oder der Grand Train Tour of Switzerland entdecken und hier übernachten.



Kulturreisen

Ausstellungs-, Sammlungs- & Kultur-eventbesuchende, die unsere Kulturinstitute & -angebote entdecken und dies mit einem Altstadtbesuch verbinden.



Bikereisen

Bikegäste erleben Chur und die Region in seiner Vielfaltigkeit. Das Potenzial der Destination Chur wollen wir weiterentwickeln.



Tagesreisen

Destinationtourist:innen, Durchreisende oder Tagesgäste, die für einen Ausflug und Altstadtbummel mit Shopping, Gastronomie und Events nach Chur reisen.

Markenbotschaft

Chur Tourismus, als Destinationsmanagementorganisation der Hauptstadt des Kantons tritt im Design der Marke graubünden auf und unterstreicht damit den Zentrumsanspruch.

Für thematische Schwerpunkte wie der Kultur, Bike, etc. verwenden wir spezielle Taglines, welche der Markenschrift vorgesetzt werden. Sie führen den konsequenten Weg der strategischen Themenfelder weiter. Unser Claim und die kommunikative Leitidee lautet dabei «unvergesslich charmant» und wird analog der Taglines verwendet.

unvergesslich charmant.  Chur

Sales und Marketing

Ein wesentlicher Fortschritt im Bereich Marketing war die Erarbeitung der Marketingstrategie 2024-2027. Diese wurde auf Basis der vom Vorstand und der Geschäftsleitung definierten Strategie und verschiedener Analysen ausgearbeitet und dient als Fahrplan für die kommenden Jahre mit klar definierten Zielen und Zielgruppen.

Des Weiteren hat Chur Tourismus verschiedene Werbemassnahmen aufgeteilt auf die vier strategischen Geschäftsfelder (Bahn, Bike, Kultur und Tagesgäste) umgesetzt. So wurden beispielsweise Publireportagen im Tagesanzeiger sowie in den 20 Minuten realisiert oder Kampagnen mit Working Bicycle und der SBB durchgeführt.

Um unsere Reichweite zu erhöhen und unsere Zielgruppen noch besser zu erreichen, pflegen wir weiterhin verschiedene strategische Partnerschaften wie mit Graubünden Ferien oder Schweiz Tourismus. So konnten im Rahmen der Städtekampagne mit Schweiz Tourismus neue Inhalte für den Bereich Kultur produziert und auch die Vermarktung der Bereiche Kultur, Bike und Chur im Advent vorangetrieben werden. Mit Graubünden Ferien wurde die Zusammenarbeit im Bereich Touring mit dem «Alpine Circle» und im Bereich Golf mit der «Golfkampagne» fortgesetzt. Zudem fand auch erstmalig die Ausgabe «Design am Rhein» statt, welche wir als Partner unterstützt haben und das Projekt «RheinWelten» wurde erfolgreich weiter mitvermarktet.

Alpine Circle

Im Bereich Touring konzentrierte Graubünden Ferien sich auch im Jahr 2024 auf die Bekanntmachung des Alpine Circle. Dabei stand die Kampagne «Ferien ohne Ende» im Fokus. Diese Rundreise besteht aus drei Routen, wovon zwei durch Chur führen.

RheinWelten

Auf dem Weg vom Quellgebiet bis Basel verbindet RheinWelten den Rhein mit 15 vielfältigen Erlebnissen. Um die Markenbekanntheit und Reichweite zu steigern, wurden verschiedene Kommunikationsmassnahmen wie ein neues Imagevideo mit Salar Bahram-poori oder Kooperationen mit Influencern umgesetzt.

Design am Rhein

Im Sommer 2024 wurde erstmals «Design am Rhein» durchgeführt. Die neue Plattform vereint Design, Kunst, Handwerk und Architektur und macht die Kreativwirtschaft des Kantons Graubünden entlang den Regionen vom Vorder- und Hinterrhein sichtbar und erlebbar. Das Projekt hatte Präsenz in lokalen Medien und konnte über Social Media Interessierte erreichen.

Auf lokaler Ebene arbeiten wir ebenfalls mit verschiedenen Partner:innen wie HotellerieSuisse Chur und Umgebung oder der Lenzerheide Marketing und Support AG im Rahmen des Bike Kingdom zusammen.

Im Bereich Bahn besteht eine gute Zusammenarbeit mit der Rhätischen Bahn AG und der Schweizerischen Südostbahn AG, die durch die Einführung des Alpenrhein-Expresses nach Chur verstärkt wurde. Wichtig ist auch die Zusammenarbeit mit dem Verein «Grand Train Tour of Switzerland», damit Chur weiterhin voll in dieses Premium-Bahnprodukt integriert ist.

Ziel aller Kooperationen ist es, mehr Gäste für Chur zu begeistern und damit mehr Wertschöpfung für die Stadt und die Region zu ermöglichen. Im Fokus stehen dabei immer die vier strategischen Geschäftsfelder: Tagesgäste, Bahngäste sowie Kulturinteressierte und Bikegäste.

Sales

Im Bereich Sales konnten wir einige Kontakte knüpfen und Chur bei verschiedenen Reiseveranstaltern durch den Besuch des Switzerland Travel Mart in Davos und der Switzerland Travel Experience in Wien präsentieren. Im Nachgang wurden Follow-Up Gespräche geführt und der Sales Newsletter ins Leben gerufen, damit wir die Tour Operator langfristig und nachhaltig für Chur begeistern können.



© Switzerland Tourism

Marketingmandate

Die Leistungsvereinbarung für das Marketingmandat mit der Ferienregion Tschierschen-Praden und den Bergbahnen Tschierschen wurde verlängert und in angenehmer Zusammenarbeit umgesetzt. Die Projektleitung und Koordination für die Hochebene Dreibündenstein wurde im Sommer 2024 an Viamala Tourismus übergeben, Chur Tourismus unterstützt das Projekt jedoch weiterhin finanziell, kommunikativ und im Produktmanagement. Ebenfalls im Sommer 2024 wurde das Marketingmandat für die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein AG an die Lenzerheide Marketing & Support AG übergeben.

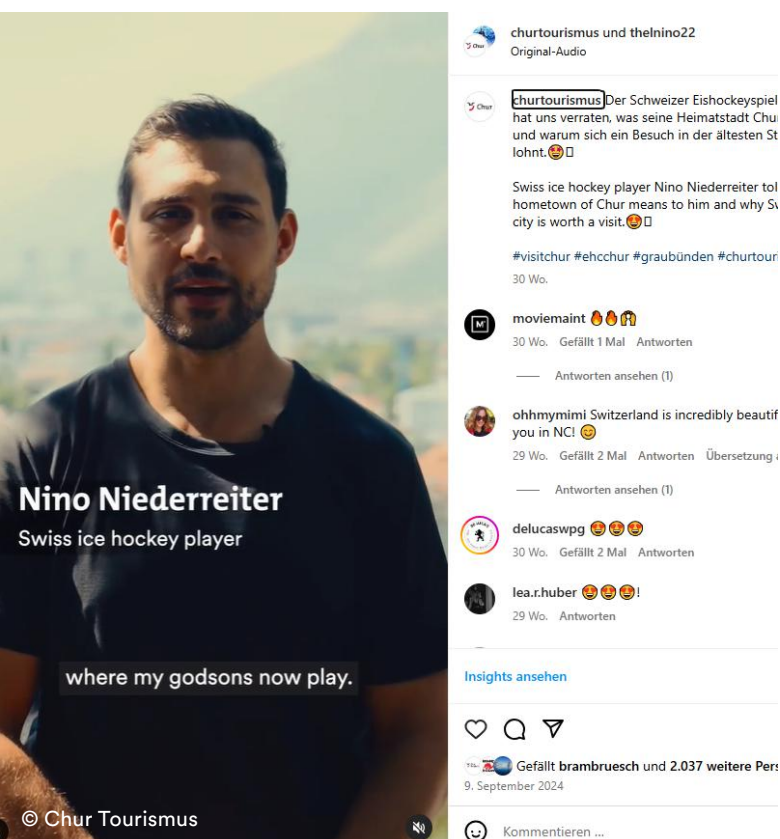
Online Marketing

Werbemöglichkeiten

Mit den Screens in der Tourist Info sowie der Möglichkeit von Schaufensterwerbung bieten sich für uns und unsere Partner:innen moderne Werbemöglichkeiten an prominenter Lage an der Bahnhofstrasse in Chur.

Social Media

Über alle Social Media Plattformen konnten wir im Jahr 2024 ein grosses Followerwachstum verzeichnen, auf Instagram wurden beispielsweise 10'000 Follower:innen erreicht. Die steigenden Followerzahlen sind auf regelmässigen und qualitativen Content zurückzuführen.



Newsletter

Die Zahl der Newsletter-Abonnentinnen und Abonnenten ist leicht gestiegen. Der Partnernewsletter hat sich mit einer Öffnungsrate von jeweils 55% etabliert. Im Dezember wurde zudem erstmals ein Sales Newsletter an verschiedene Reiseveranstalter:innen verschickt. Darin informieren wir z.B. über neue Produkte oder Preisanpassungen.



Meet in Chur

Im Frühjahr 2024 wurde in Zusammenarbeit mit der Stadt Chur der neue Venue Finder «Meet in Chur» lanciert. Diese Plattform zeigt die Vielfalt der Lokalitäten in Chur auf und vereinfacht die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten für Veranstaltungen aller Art massgeblich.

Medien

Medienreporting

Über Chur wurde in verschiedenen nationalen und internationalen Medien berichtet und wir haben einige Publi-reportagen für den Freizeittourismus in Chur veröffentlicht. Regionale Medien wie die Südostschweiz oder das Churer Magazin berichteten vor allem über neue Angebote wie die Churer Genussmission oder neue Stadtführungen. Nationale Medien berichteten beispielsweise im Rahmen von Events wie dem Street Art Festival, dem City Event Big Air Chur, dem Giger-Jahr oder über neue Ausstellungen. Medienreisen führten zu spannenden Berichten, die Chur unter anderem für einen Städtetrip oder als Ausgangspunkt für Entdeckungsreisen positionieren. In Publi-reportagen zeigten wir einerseits die Vielfalt zum Biken und Skifahren auf oder dass Chur viel mehr als eine Durchgangsstadt ist.



Fam Trips ermöglichen es uns, Reiseveranstalter:innen für Chur zu begeistern und dadurch auch mehr Gäste nach Chur zu bringen. Fünf solcher Reisen konnten durchgeführt werden.



FamTrips und Medienreisen

Zusammen mit unseren Partner:innen Graubünden Ferien, Rhätische Bahn AG und Schweiz Tourismus durften wir im Jahr 2024 insgesamt 34 Fam-Trips und Medienreisen in Chur durchführen. Dabei konnten wir Medienschaffende und Reiseveranstalter:innen aus der ganzen Welt begrüßen, vor allem aber aus der Schweiz, Deutschland und Italien. Dadurch war Chur in verschiedenen internationalen Print- und Online-medien sowie in Social Media und Reiseblogs präsent. Die Hauptreisemotive waren Bahnreisen (mit Bernina oder Glacier Express) oder Städtetrips.

Facts & Figures



17'059

Gäste und Einwohner:innen haben wir persönlich in der Tourist Info beraten.



3'365

Personen erlebten spielend die Stadt Chur. Insgesamt wurde Urban Golf 385 Mal gebucht.



17'409

Besucher:innen erlebten 1'238 Stadtführungen.



356

Personen haben unsere Kulinarik-Touren genossen. Das entspricht 135 Buchungen.



1'620

Gäste buchten Gruppenangebote in total 96 Buchungen.



236'129

Gäste haben in Chur übernachtet.



29

Medienreisen mit 82 Medienschaaffenden wurden durch Chur Tourismus geplant und unterstützt.



12'244

Follower:innen bei Facebook.



781'227

Sitzungen verzeichneten wir auf unserer Website.



10'231

Follower:innen bei Instagram.



3'354

Personen abonnierten den Gäste-Newsletter und die Öffnungsrate betrug 55%.



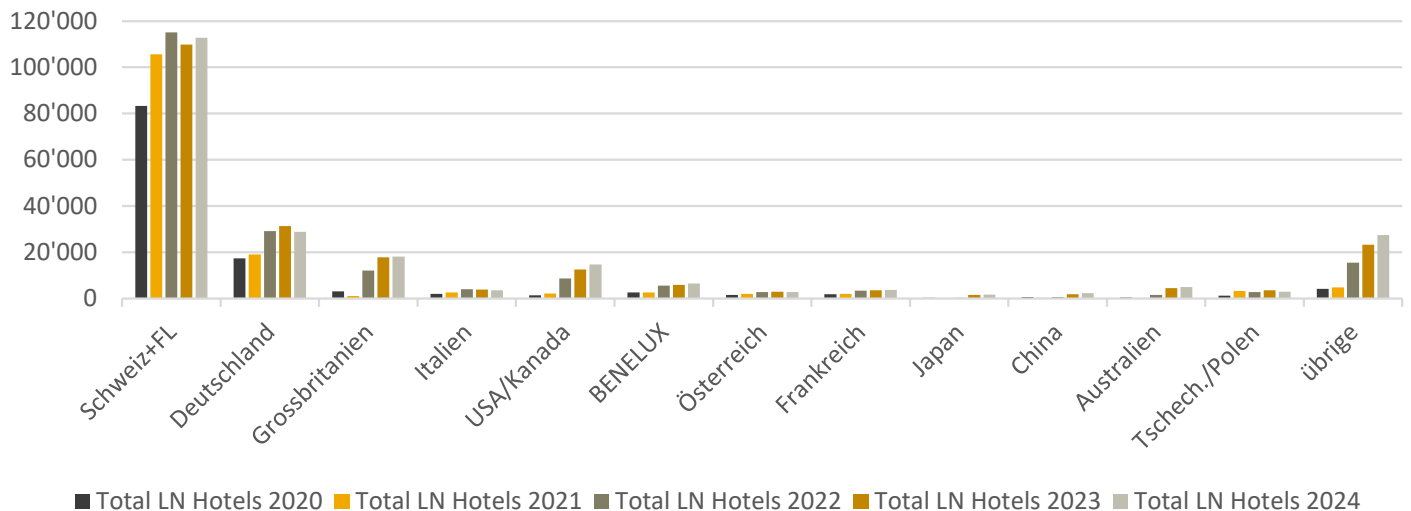
492

Personen abonnierten den Partner-Newsletter.

Statistiken

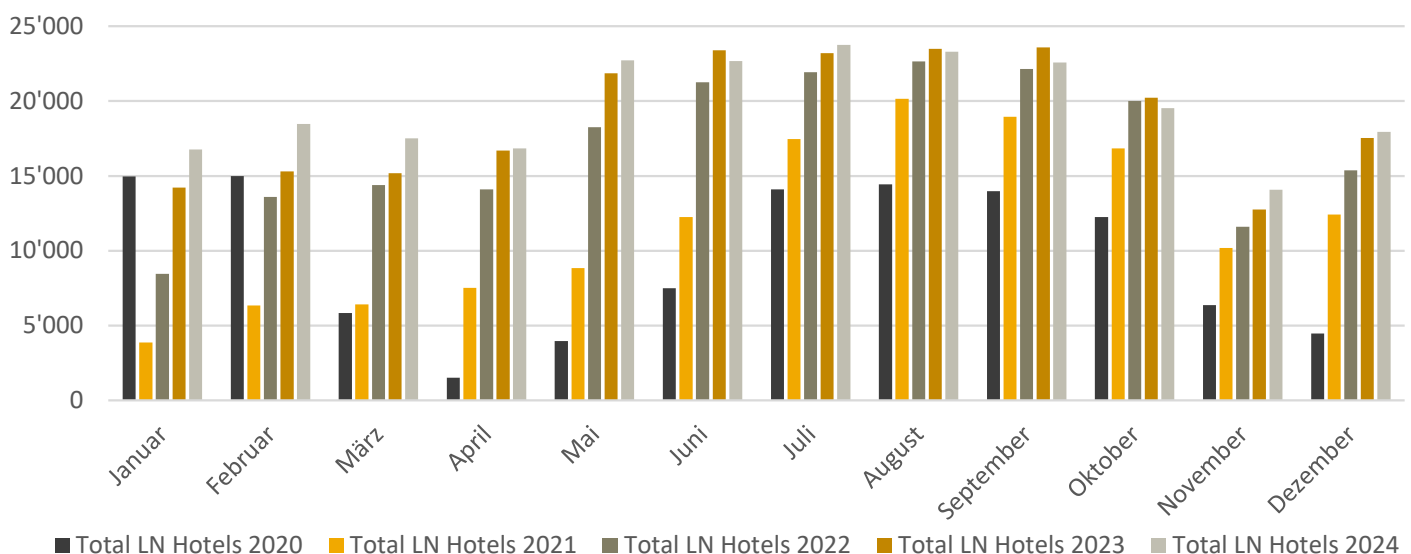
Gästeherkunft

Die Schweiz ist nach wie vor das wichtigste Herkunftsland unserer Gäste - rund 49.4% kommen aus dem Inland. Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. An zweiter Stelle folgt Deutschland mit einem Anteil von rund 12.6 %, dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Danach folgen Grossbritannien und die USA/ Kanada mit 7.7% respektive 6.4%. Dabei hat die Zahl der britischen Gäste prozentual leicht abgenommen, während die Zahl der amerikanischen und kanadischen Gäste leicht zugenommen hat.



Logiernächte Entwicklung

Im Vergleich zum bisherigen Rekordjahr 2023 konnten die Logiernächte nochmals um fast 9'000 Übernachtungen gesteigert werden. Vor allem die Monate Februar und März waren vergleichsweise stärker als in den Vorjahren.



Bericht Finanzen

Bilanz

Bezeichnung	Rechnung 2023		Rechnung 2024	
AKTIVEN				
Kasse	CHF	843	CHF	600
Post	CHF	7'320	CHF	12'898
Bank: GKB	CHF	265'960	CHF	267'418
Prämienkonto Pensionsversicherung	CHF	17'582	CHF	35'919
Debitoren	CHF	107'489	CHF	110'310
Delkredere	CHF	-8'400	CHF	-8'400
Debitor Vorsteuern	CHF	-	CHF	-
Lager-Vorräte	CHF	10'830	CHF	5'050
Aktive Rechnungsabgrenzung	CHF	79'702	CHF	118'966
Vorauszahlungen Kreditoren	CHF	120	CHF	-
Mobilien und Büromaschinen	CHF	2	CHF	2
Total Aktiven	CHF	481'448	CHF	542'763
PASSIVEN				
Kreditoren	CHF	198'441	CHF	165'204
Kreditor ESTV Bern	CHF	15'074	CHF	5'815
Rückstellungen Projekte	CHF	90'230	CHF	176'030
Darlehen Stadt Chur 2023-2031	CHF	75'000	CHF	65'625
Passive Rechnungsabgrenzung	CHF	19'937	CHF	29'158
Eigenkapital	CHF	60'977	CHF	82'766
Jahresergebnis	CHF	21'789	CHF	18'165
Total Passiven	CHF	481'448	CHF	542'763

Erfolgsrechnung

Bezeichnung	Rechnung 2023		Budget 2024		Rechnung 2024	
ERTRAG						
Mitgliederbeiträge	CHF	121'537	CHF	122'000	CHF	127'634
Logiernächtetaxen Stadt	CHF	430'715	CHF	365'000	CHF	448'486
Beitrag Stadt Chur	CHF	452'305	CHF	385'000	CHF	385'000
Beitrag Agglomeration Chur	CHF	129'683	CHF	130'000	CHF	120'758
Ertrag aus Erlebnisangeboten	CHF	52'340	CHF	-	CHF	-
Ertrag aus Gruppen-Reisen	CHF	151'690	CHF	200'000	CHF	235'662
Ertrag aus Stadtführungen	CHF	200'588	CHF	200'000	CHF	233'696
Ertrag aus Pauschalen	CHF	3'001	CHF	-	CHF	-
Ertrag Events/Kongr./Semin.	CHF	-	CHF	-	CHF	-
Ertrag aus Kooperationen	CHF	2'866	CHF	10'000	CHF	2'950
Kommerzielle Erträge RIZ	CHF	27'783	CHF	28'000	CHF	28'147
Ertrag Hotel Werbepool	CHF	61'026	CHF	60'000	CHF	61'026
Partner-Beiträge für Aktivitäten	CHF	284'963	CHF	251'500	CHF	208'354
Übrige Erträge / Strukturreform	CHF	3'046	CHF	-	CHF	6'094
Erlösminderungen	CHF	-808	CHF	-	CHF	-671
Total Ertrag	CHF	1'920'735	CHF	1'751'500	CHF	1'857'135

Bezeichnung	Rechnung 2023		Budget 2024		Rechnung 2024	
AUFWAND						
Fremdleistungen Erlebnisangebote	CHF	13'288	CHF	-	CHF	-
Fremdleistungen Gruppen-Reisen	CHF	124'328	CHF	100'000	CHF	142'234
Fremdleistungen Stadtführungen	CHF	19'310	CHF	31'000	CHF	18'412
Fremdleistungen Pauschalen	CHF	638	CHF	-	CHF	-
Kommerzieller Aufwand RIZ	CHF	6'453	CHF	-	CHF	-
Vorleist. Events/Kongr./Semin.	CHF	18'444	CHF	25'000	CHF	22'342
Personalaufwand	CHF	910'297	CHF	894'200	CHF	824'220
Raum-Aufwand	CHF	112'636	CHF	95'000	CHF	90'756
Allgemeiner Betriebsaufwand	CHF	109'592	CHF	101'400	CHF	132'398
Verkaufs- und Infosysteme	CHF	38'576	CHF	35'000	CHF	53'334
Partnerkommunikation	CHF	96'064	CHF	149'500	CHF	188'021
Marketing-Aktivitäten	CHF	306'953	CHF	280'000	CHF	339'358
Finanzerfolg	CHF	-69	CHF	-	CHF	-129
a.o. Aufwand / Ertrag	CHF	100'592	CHF	-	CHF	-
Mehrwertsteuer/Vorsteuer	CHF	38'088	CHF	27'000	CHF	28'023
Abschreibungen	CHF	3'756	CHF	-	CHF	-
Total Aufwand	CHF	1'898'946	CHF	1'738'100	CHF	1'838'970

Ertrags-/ Aufwandüberschuss	CHF	21'789	CHF	13'400	CHF	18'165
------------------------------------	------------	---------------	------------	---------------	------------	---------------

Revisionsbericht



An die
ordentliche Generalversammlung
des Vereins Chur Tourismus
7001 Chur

Chur, 4. April 2025

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Chur Tourismus für das am 31. Dezember 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der bei der geprüften Einheit vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und Statuten entspricht.

BMU Treuhand AG

M. Bundi
zugel. Revisionsexperte
Leitender Revisor

M. Willi
zugel. Revisorin

Jahresrechnung 2024

Organe per 31.12.2024

Vorstand

Präsidentin:

Sandra Adank (Handel / Gewerbe)

Vize-Präsident:

Jago Leyssens (Hotellerie)

Vertreter Stadt Chur:

Victor H. Zindel (Leiter Kontaktstelle Wirtschaft)

Geschäftsstelle

Geschäftsleiter:

Fabian Maasch (100%)

Stellvertretungen GL:

Lara Schäffeler (100%; Marketing & Sales)

Cristina Wieser (100%; Tourist Info & Erlebnisangebote)

Marketing:

Lea Niederer (80%)

Sidney Kunz (80%)

Stadtführungen:

Karin Burkart (80%)

Tourist Info:

Marlen Helmi-Brunold (60%)

Carmen Schleiss (80%)

Sina Williner (80%)

Praktikantin:

Vakant

Revisor:

BMU Treuhand, Martin Bundi

Stadtführer:innen «Freelancer»

Imelda Grisch

Verena Gruber

Marlen Helmi-Brunold

Christian Ruch

Monica Andreoli

Claudia Meuli-Simon

Hans Hürlimann

Renate Chudoba

Denise Haltner

Andy Niedermann

Ueli Jordi

Karin Senti

Caroline Lampert

Christoph Bucher

Erika Holenweger

Eliane Barth-Poltera

Maya Crameri

André Walder

Judith Rizzi

Jasmine Tschan

Jachen Prevost

Baukje Fringer

Andrea Kuratle

Barbara Rohrer

Beirat ReTO-Gemeinden

Präsident:

Bruno Gantenbein

Vertreter:innen Gemeinden:

Seraina Bertschinger, Felsberg

Silvia Bisculm, Domat/Ems

Peter Färber, Tamins

Tobias Marty, Bonaduz

Daniel Simon, Rhäzüns



© Chur Tourismus

Chur Tourismus
Poststrasse 43
7000 Chur, Schweiz
+41 81 252 18 18
churtourismus.ch

